

ABSTRAK

Judul penelitian ini berjudul Analisis Semiotika Iklan Gopay Versi Pevita Pearce Di Youtube. Menggunakan metode kualitatif deskriptif. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui teori dari analisis semiotika Charles Sanders Pierce yang terkandung dalam iklan gopay versi Pevita Pearce di youtube.

Teori Charles Sanders Pierce dipilih karena untuk mengetahui makna dari *Representament*, *Interpretant*, dan *Object* dari iklan gopay versi Pevita Pearce di youtube. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, hingga kajian literatur atau *searching*. Terdapat dua jenis informan dalam penelitian ini yaitu, informan kunci dan informan umum. Informan kunci yaitu orang yang mengerti tentang iklan dan informan umum yaitu masyarakat yang menonton iklan gopay versi Pevita Pearce di youtube.

Hasil pengamatan dan pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa, banyaknya makna *Representament*, *Interpretant*, dan *Object* dari iklan gopay versi Pevita Pearce di youtube. Iklan ini menyimpan makna realitas sosial seperti menghadapi sesuatu dengan tenang dan mengikuti perkembangan zaman, serta pesan moral yang disampaikan dalam iklan ini yaitu, berani mencoba sesuatu hal yang berbeda, membuat karya dengan sangat kreatif, dan jangan menyerah dalam segala hal. Menjadikan iklan ini sarat akan makna dalam setiap *scene* nya.

Kata kunci: Analisis Semiotika, Pesan Moral, Iklan, dan Penonton.

ABSTRACT

The title of this research is Pevita Pearce's Semiotic Analysis Of Gopay Ads on Youtube. Using descriptive qualitative methods. The purpose of this study is to find out the theory of Charles Sanders Pierce's semiotic analysis contained in the Pevita Pearce version of the Gopay ad on Youtube.

Charles Sanders Pierce's theory was chosen because it is to find out the meaning of the Representament, Interpretant, and Object of the Pevita Pearce version of Youtube ads. Data collection techniques are done by in-depth interviews, observation, documentation, to the study of literature or searching. There are two types of informants in this study, namely, key informants and general informants. Key informants are people who understand about advertising and general informants, namely people who watch the Pevita Pearce version of the Gopay ad on Youtube.

The result of observations and data collection conducted by researchers showed that, the many meanings of the Representament, Interpretant, and Object of the Pevita Pearce version of Youtube ads. This ad saves the meaning of social reality such as facing things calmly and following the times, and the moral message conveyed in this advertisement is, dare to try something different, make the work very creative, and do not give up in anything. Making this ad full of meaning in every scene.

Keywords: Semiotic Analysis, Moral Message, Advertisement, and Audience.

RINGKESAN

Judul ieu panalungtikan nyaeta Analisis Semiotik Iklan Gopay versi Pevita Pearce dina Youtube, nganggo metode kualitatif deskriptif. Tujuan tina pangajaran ieu nyaeta pikeun nangtukeun teori analisis semiotik Charles Sanders Pierce anu aya dina iklan gopay versi Pevita Pearce dina Youtube.

Teori Charles Sanders Pierce dipilih kumargi terang hartos wakil, Juru basa, sareng objek tina iklan gopay versi Pevita Pearce dina Youtube. Tehnik ngumpulkeun data dilaksanakeun ku cara wawancara jero, pangamatan, dokumentasi, pikeun ulasan literature sareng searching. Aya dua informan dina ieu panalungtikan, nyaeta, informan konci sareng informan umum. Informan konci nyaeta jalma nu ngarti kana iklan serta informan umum nyaeta masyarakat nu pernah ningali iklan gopay versi Pevita Pearce dina youtube.

Hasil pangamatan sareng pangumpulan data anu dilakukeun ku panalungtik nunjukeun yen, seeur hartos perwakilan, juru basa, sareng objek ti iklan gopay versi Pevita Pearce dina youtube. Iklan ieu ngahemat arti kanyataan sosial sapertos ngahadapi sesuatu kudu santai sareng nuturkeun perkembangan zaman, oge pesen moral anu dikirimkeun dina iklan iye nyaeta, wani nyobaan suatu hal nu beda, nyieun karya sing kreatif, jeung tong gampang nyerah. Ngadamel iklan ieu pinuh makna unggal adegan.

Kata Konci: Analisis Semiotik, Pesen Moral, Iklan sareng Panarima